

Münster/Westfalen

9. Januar 2008

Der Ökomarkt boomt – aber wer nutzt die Chancen wie?

Öffentliche Sitzung des DLG-Arbeitskreises Bio-Produktion und Vermarktung im Rahmen der DLG-Wintertagung 2008

Verbraucherverhalten und Bio-Märkte – was sagen die Trends?

- Kurzfassung -

Prof. Dr. Ulrich Hamm, Universität Kassel

Die jährliche Wachstumsrate des Marktes für Öko-Lebensmittel lag in den letzten vier Jahren bei jeweils mehr als 10 % und damit fast dreimal so hoch wie die Wachstumsrate der ökologisch bewirtschafteten Fläche in Deutschland. Trotz vermehrter Importe von Öko-Lebensmitteln kam es seit Herbst 2006 immer wieder zu gravierenden Angebotsengpässen mit Öko-Produkten im allgemeinen Lebensmitteleinzelhandel. So waren 2007 in zahlreichen Einzelhandelsgeschäften insbesondere verschiedene Milch- und Fleischprodukte, aber auch Obst, Gemüse und Kartoffeln kurzzeitig nicht verfügbar. Selbst größere Preissteigerungen bei Fleisch und Wurstwaren, Milchprodukten, Kartoffeln und einigen Gemüsearten haben die Verbraucher nicht abgeschreckt, Öko-Lebensmittel verstärkt nachzufragen. Ein Ende des so genannten Bio-Booms ist auch angesichts der sehr positiven Verbrauchereinstellungen gegenüber Öko-Lebensmitteln nicht in Sicht.

Das Marktwachstum wird allerdings zunehmend durch Angebotsengpässe begrenzt. Dass es in Deutschland vermehrt Lieferengpässe bei Öko-Lebensmitteln gibt, ist auch auf eine verfehlte Agrarpolitik zurückzuführen. Von der Rücknahme der Flächenförderung für den Öko-Landbau ab 2005 gingen nicht nur falsche politische Signale aus, sondern zusammen mit der starken Förderung der Erzeugung von Bio-Energie wurde Landwirten nahe gelegt, besser „Masse statt Klasse“ zu produzieren. Angesichts der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland, die von hohen Bodenpreisen, Lohnkosten und Umwelt-

auflagen geprägt sind, kann sich die deutsche Landwirtschaft aber – wie andere Wirtschaftszweige auch - auf Dauer nur mit der Erzeugung von Qualitätsprodukten im internationalen Wettbewerb behaupten. Die deutsche Landwirtschaft täte gut daran, nicht mehr länger an der stark wachsenden Nachfrage der Verbraucher nach Öko-Lebensmitteln vorbei zu produzieren und damit diesen lukrativen und insbesondere imageträchtigen Markt zunehmend ausländischen Anbietern zu überlassen.